

アフリカ開発の現在

地域振興と地場産品開発の課題 — マラウイ一村一品運動

吉田栄一

アフリカ各国における近年の地方分権化と開発権限の委譲にともない、地方の開発についても様々な政策が実施されている。しかしながら、そこで展開しているのは社会開発の事業が中心で、地域経済開発への取り組みは限定的である。行政管理の通念からすれば、農村開発計画、都市開発計画を含めた地域開発プログラムの策定は地方分権化の推進には不可欠であり、それは全体の政策改革とセクター別分権化、地域ごとの分野別支援、地方単位の制度構築と並び進められなければならない。

しかし、アフリカ諸国の地方分権化において開発が語られる時には、往々にして社会開発と経済開発の視点が混在しており、実際の事業は社会開発、つまり保健医療や教育拡充、コミュニティ・インフラの整備に偏っている。持続的な貧困緩和には地方の経済開発が必要であるはずだが、地域単位の経済開発の視点は軽視されてきたと言わざるを得ない。

ここでは、地方分権化の推進と地方開発の議論が進むマラウイに注目し、現地で地方開発の手段として期待されている一村一

品運動の役割について述べてみたい。

● LED論への注目

地方分権化と地方の開発の議論が、社会開発中心に進んだ中で、地方の経済開発への取り組みが進展していないのはなぜだろうか。そこには民主化を進める援助国の戦略がある。つまり政治の分権化とともに、公共サービスに関する権限の地方委譲も進めさせようとする戦略である。その際に社会開発に類する公共サービスの効率改善が求められ、諸策が実施されたのである。

地域開発の政策論議が進まないのは方法的な市場開放路線に多くのアフリカ諸国が追従した結果、地方とはいえ経済開発への政策的介入に懐疑的な見方が強まった。つまりローカル・スケールとはいえ、経済開発は市場に委ねるべきという考えである。

しかし、その市場の力に委ねた結果、アフリカ諸国でも国土の隅々まで経済のグローバル化に飲み込まれることになり、今日では安価な中国製の日用品や賞味期限の長い南アフリカ産の加工食品がマ

ラウイの山村にまで流通するようになっていく。マラウイで全国的に小売業界を独占してきた元大統領所有の企業PTCストアチェーンは、南ア資本のメトロ社の経営参加を受けられ、各地方のPTCストアは南ア製品で棚が一杯になった。一見すると消費生活は豊かになったようであるが、実はマラウイでは絶対的な貧困化が進んでいるという報告もある。

そのような状況下で注目された地方の開発コンセプトが「地域振興(LED)論」である。最近のLED論を大別すると、市場主義に批判的なLED(Pro-PoorなLEDとも呼ばれている)と市場主導で成長を目指すLEDがある。Pro-PoorなLEDはボトムアップ型で、自立とエンパワメント、参加促進、協働、環境的サステナビリティなどの達成を目的としている。

一般的に、アフリカにおけるLEDには①コミュニティベースの経済開発、②ビジネス開発、③総合的な地域空間開発(いわゆる地域計画)があるとされる。第一のコミュニティベース開発が目指しているのは家計収入源の多角化と脆弱性の緩和で、第



リロンゲ市内中堅ストアの棚にOVOP産品が並ぶようになった。上段すべて人気の「一村一品米」(筆者撮影)



ミトウンドウ地区の中心街路に面し、OVOPの小売り店舗やペーカリーが出店した。手前は一村一品の一つである食料油(筆者撮影)

二の目指すものは個々の企業活動あるいは企業集団(クラスター)の成長で、第三は上記の点を総合的に導入するための地域経済政策や地域空間計画であるとされる。LED論の視点で重要なものは、地域ごとに、リソースやその活用状況、それをめぐる制度や政治といった社会環境の違いに応じて、各県、各村に適した開発戦略をたてるべきという考え方である。

●マラウイの一村一品運動

現在、マラウイでとりにくまれているLEDではPoorなアプローチが多く、参加促進や環境サステナビリティ等を追求する事業がみられる。しかし中には市場主導型産品開発のLEDアプローチも同居している。村人にとってはわかりにくい。マラウイ一村一品運動(OVOP)もまさにそのような多面的な機能を有しており、近隣商圏を念頭においた生産活動の支援から、輸出品開発まで実施されている。さらに特定の地域に対し、集中的に支援し、結果としてその地域を総合的に支援する地域計画型LEDアプローチも一村一品運動を通して試みられている。具体的には首都近郊のミトウンドウ地区で、生産者への適正技術型の職業訓練の提供から、共同作業所の設置、アンテナショップ的な施設設置などが実施され、モデルケースとなっている。

二〇〇三年に始まったOVOPは、二〇〇七年一月時点では全国で三七の活

動が始まっている。OVOPは地域資源への付加価値向上を通して雇用や所得を生み出し、それによって地域の貧困削減を目指すとして定義されており、そのコンセプト自体はLEDの考え方と一致している。それ故に、OVOPが地域開発の役割を担うことが期待されているのである。

マラウイのOVOPでは各県、各村で女性グループによる産品や、適正技術を活用した製品が生み出されている。しかし、観察した限りでは落花生製粉グループなど一部の例をのぞくと産品マーケティングが十分ではない。OVOPによって開発された産品を手にとったマラウイの消費者が、フェアトレード商品のように、女性を作ったかどうか、また適正技術が用いられているかどうか、また適正技術が用いられているかどうか、また適正技術が見限り、適地で生まれている一村一品を見る限り、適正技術にしろ、女性グループによる生産にせよ消費志向を意識した産品開発の必要性を感じる。

例えば、大都市市場を念頭においた場合、適正技術で産品加工しても、都市市場の要求には合わないこともありうる。より技術レベルの高い生産設備を備えなければ地域市場にすら参入できないとなると、その活動を支援する意味はない。彼らの設定した目標の市場に到達するような産品の加工技術を教え、想定された供給量をクリアできるように生産計画を設定するべきである。そしてもちろんそのためには正確なマケ

ティング戦略の指導が必要である。

マラウイにおいては一村一品運動は貧困削減にむけた地域振興というよりも、産品開発運動となっており、その現実からすれば、現地で利用可能な資源を重視する適正技術やジェンダー配慮だけでなく、目指す市場に合わせた生産者組織作りと、そのための技術の開発が必要になっている。このような「市場主導の地域振興」の実現には、地域のリソースと、ターゲット市場、その間にある各村の生産能力を正確に試算した上で産品の選択と支援が必要である。そのような作業ができる地方開発行政の構築をマラウイ政府にも期待するところであるが、それは今後の課題であろう。

アフリカ諸国では地方分権化が進展したことでようやく地方開発が地域の視点から語られることが可能になった。OVOPを含め地域の開発に関わる援助スキームが、この地域化のプロセスに対応しなければそれはむしろ、開発の地域化の足かせになってしまう。地域開発を地域が主導する流れにそって援助機関の諸スキームも、制度の分権化に柔軟に対応できるよう変わる必要があるはずで、OVOPにはそのような使命もあることを忘れてはならない。

(よしだ、えいいち/アジア経済研究所地域研究センター)